

## ABSTRAK

Meningkatnya jumlah pengguna media sosial di masa pandemi Covid-19 memunculkan fenomena meningkatnya jumlah donasi yang dilakukan oleh kaum milenial. Salah satu proyek penggalangan dana yang didukung oleh kaum milenial adalah #RumahBaruSLBTao dalam rangka pembangunan sarana pendidikan bagi siswa difabel di Kabupaten Lombok Utara. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui motivasi generasi milenial dalam berdonasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif dengan pendekatan Fenomenologi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan enam informan; empat donatur milenial, satu psikolog, dan satu pelaksana proyek, serta dokumentasi. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi integrasi informasi yaitu Theory of Reasoned Action oleh Fishbein & Ajzen. Hasil menunjukkan bahwa Sikap menunjukkan kepercayaan, preferensi & urgensi masalah, spiritual, ekspektasi imbalan, pengalaman sebelumnya, dan ketersediaan finansial sebagai aspek yang mempengaruhi. Aspek Norma Subjektif yang ditemukan adalah Harapan Pengembangan Hubungan. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada literatur studi komunikasi dan motivasi, serta untuk proyek penggalangan dana di masa depan.

**Kata Kunci: Komunikasi Intrapersonal, Teori Perilaku, Donasi, Motivasi, Proyek Penggalangan Dana**